

بازتعریف دیپلماسی اقتصادی پایدار اتاق‌های مشترک بازرگانی

نقش آن در توسعه همکاری‌های تجاری ایران با شمال و شرق آفریقا

خواهد رسید. ویژگی کلیدی این جمعیت، جوان بودن آن است؛ به گونه‌ای که بیش از ۶۰ درصد جمعیت آفریقا زیر ۲۵ سال سن دارند. این به آن معناست که آفریقا نه تنها یک بازار مصرفی عظیم، بلکه بازاری با افق بلندمدت و تقاضای رو به رشد است.

در کنار این عامل جمعیتی، بسیاری از کشورهای آفریقایی با کمبود زیرساخت‌های صنعتی، ضعف تولید داخلی و وابستگی بالا به واردات مواجه هستند. اگرچه این شرایط از منظر توسعه‌ای یک چالش محسوب می‌شود، اما از نگاه اقتصادی، فرصتی بزرگ برای کشورهایی است که توان انتقال دانش، فناوری، سرمایه و تجربه صنعتی دارند. ایران با برخورداری از نیروی انسانی متخصص، ظرفیت‌های صنعتی و سابقه قابل توجه در حوزه‌های فنی-مهندسی می‌تواند از این فرصت به‌عنوان یکی از محورهای اصلی دیپلماسی اقتصادی خود بهره‌برد.

صنعت سلامت؛ چرا نقطه شروع ورود به قاره آفریقا؟

صنعت سلامت دارای ویژگی‌هایی است که آن را به یک «دروازه ورود» طبیعی به بازارهای آفریقا تبدیل می‌کند:

• نخست آنکه سلامت، نیازی دائمی و فراتر از سیاست است. فارغ از نوع حکومت‌ها، سطح توسعه یا روابط سیاسی، مردم همواره به دارو، تجهیزات پزشکی، تشخیص، درمان و مراقبت‌های سلامت نیاز دارند.

/// مقدمه؛ آفریقا در کانون بازاریابی اقتصاد جهانی

در شرایطی که اقتصاد جهانی در حال بازآرایی زنجیره‌های تأمین، تغییر مسیرهای تجارت و شکل‌گیری بلوک‌های جدید اقتصادی است، قاره آفریقا به‌عنوان یکی از آخرین بازارهای بکر، جوان و پرشتاب جهان، به‌طور فزاینده‌ای در کانون توجه دولت‌ها، شرکت‌های چندملیتی و نهادهای اقتصادی قرار گرفته است. این قاره دیگر صرفاً یک مقصد خام فروشی یا بازار حاشیه‌ای نیست، بلکه به تدریج در حال تبدیل شدن به یکی از پیشران‌های اصلی رشد اقتصاد جهانی در دهه‌های آینده است.

از این منظر، ایران نیز ناگزیر است نگاه خود به آفریقا را از سطح روابط مقطعی و تجاری محدود، به سطح یک راهبرد جامع دیپلماسی اقتصادی ارتقا دهد. در این چارچوب، صنعت سلامت می‌تواند نقطه ورود هوشمندانه و کم‌هزینه‌ای باشد که مسیر حضور پایدار ایران در شمال و شرق آفریقا را هموار می‌کند؛ حضوری که باید هم‌زمان با سلامت، حوزه‌های انرژی، صنعت، لجستیک و ساخت‌وساز را نیز در برگیرد.

آفریقا؛ موتور بالقوه رشد اقتصاد جهانی

قاره آفریقا در حال حاضر بیش از ۱/۳۷ میلیارد نفر جمعیت دارد و بر اساس برآوردهای رسمی سازمان ملل، این رقم تا سال ۲۰۵۰ به حدود ۲/۵ میلیارد نفر



اتاق‌های مشترک بازرگانی دقیقاً در نقطه تلاقی اقتصاد، سیاست و بازار قرار دارند و یکی از اصلی‌ترین بازیگران Commercial Diplomacy یا دیپلماسی تجاری محسوب می‌شوند. برخلاف سفارتخانه‌ها که ذاتاً سیاسی‌اند و برخلاف شرکت‌ها که منافع بنگاهی دارند، اتاق‌های مشترک نقش نهاد واسط حرفه‌ای را ایفا می‌کنند؛ نهادی که زبان دولت‌ها را می‌فهمد و هم‌زمان منطق بازار را می‌شناسد.



دکتر سیدسجاد مروجی

نایب‌رئیس اتاق مشترک بازرگانی ایران و آفریقا



بازار جهانی سلامت و جایگاه ایران

بازار جهانی دارو، تجهیزات پزشکی و فناوری‌های سلامت در سال ۲۰۲۲ از مرز ۱۰۰۰ میلیارد دلار عبور کرده است و بیش از ۲۲۰ کشور در این بازار فعال هستند؛ با این حال، سهم ایران از این بازار تنها حدود یک‌صدم درصد است و رتبه‌ای در حدود دهه هشتم جهانی دارد. در سال ۱۴۰۱، کل صادرات دارو و تجهیزات پزشکی ایران حدود ۱۰۶ میلیون دلار بوده است؛ رقمی که با ظرفیت‌های علمی، صنعتی و دانشگاهی کشور هم‌خوانی ندارد. این شکاف نشان می‌دهد که چالش اصلی ایران نه در توان تولید، بلکه در نبود ساختار منسجم دیپلماسی اقتصادی سلامت، محدودیت‌های ارزی، بروکراسی پیچیده و ضعف حضور هدفمند در بازارهای نوظهور نهفته است.

هند و ترکیه طی دو دهه اخیر در آفریقا با موفقیت طی کرده‌اند.

در کشورهای آفریقایی سلامت به عنوان یخ‌شکن اقتصادی است و همکاری سلامت‌محور می‌تواند نقش یک یخ‌شکن اقتصادی را ایفا کند. ورود به این حوزه به تدریج نیازهای مکمل را آشکار می‌سازد؛ از تأمین دارو و تجهیزات پزشکی تا ایجاد خطوط تولید در حوزه سلامت تا ساخت بیمارستان، لجستیک دارویی، صنایع بسته‌بندی، آموزش نیروی انسانی و حتی توسعه خدمات فن-مهندسی.

از این منظر، سلامت می‌تواند نقطه آغاز ورود به سایر حوزه‌های اقتصادی باشد؛ بویژه در کشورهایی که سطح روابط تجاری آن‌ها با ایران هنوز محدود است.

• دوم آنکه بر اساس گزارش‌های بین‌المللی، بین ۶۰ تا ۷۵ درصد دارو و تجهیزات پزشکی مصرفی در بسیاری از کشورهای آفریقایی وارداتی است. این وابستگی در کشورهای شمال و شرق آفریقا -از جمله مصر، الجزایر، مراکش، سودان، اتیوپی، کنیا و تانزانیا- بسیار بالا بوده و نشان‌دهنده ظرفیت قابل‌توجه برای ورود بازیگران جدید است.

• سوم، صنعت سلامت از قدرت بالای اعتمادسازی اجتماعی و دولتی برخوردار است. همکاری اقتصادی در حوزه‌ای که مستقیماً با جان و کیفیت زندگی مردم در ارتباط است، به‌طور طبیعی زمینه را برای توسعه روابط در سایر بخش‌ها فراهم می‌کند. این همان مسیری است که کشورهایی مانند چین،



ایران نیازمند تعریف یک راهبرد رسمی دیپلماسی اقتصادی آفریقا، تمرکز بر مزیت‌های واقعی (سلامت، انرژی، صنعت و خدمات فنی)، حمایت هدفمند از بخش خصوصی و نگاه بلندمدت به جای پروژه‌های مقطعی است. بدون این عناصر، رقابت با بازیگران بزرگی مانند چین، هند و ترکیه ممکن نخواهد بود.

تجارت ایران و آفریقا؛ آمارهای هشداردهنده

حجم کل تجارت ایران با قاره آفریقا در سال‌های اخیر به‌طور متوسط کمتر از دو میلیارد دلار بوده است که سهم شمال و شرق آفریقا از آن حدود ۵۰ تا ۶۰ درصد برآورد می‌شود. صادرات ایران عمدتاً شامل محصولات پتروشیمی، قیر، سیمان و مقدار محدودی دارو و مواد غذایی است.

درحالی‌که جمعیت این مناطق بیش از ۵۰۰ میلیون نفر و حجم واردات سالانه آن‌ها صدها میلیارد دلار است، سهم ایران کمتر از یک درصد باقی‌مانده است؛ نشانه‌ای روشن از فقدان حضور سازمان‌یافته و برند ملی اقتصادی.

صادرات ایران به این مناطق عمدتاً شامل موارد زیر می‌گردد:

- محصولات پتروشیمی،
 - قیر و مشتقات نفتی،
 - سیمان و مصالح ساختمانی،
 - مقدار محدودی محصولات غذایی و دارویی.
- در مقابل، واردات ایران از آفریقا بسیار محدود و عمدتاً شامل برخی مواد معدنی و محصولات کشاورزی خاص می‌شود و سهم ایران از این بازار، کمتر از یک درصد است. این ارقام نشان می‌دهد که مشکل عدم وجود بازار نیست، بلکه عدم حضور سازمان‌یافته، برند ملی اقتصادی و شبکه‌های تجاری پایدار است.

تمرکز راهبردی بر شمال و شرق آفریقا

تمرکز ویژه بر شمال و شرق آفریقا برای ایران از چند منظر توجیه‌پذیر است:

- نخست، مزیت جغرافیایی و لجستیکی؛ دسترسی ایران به خلیج فارس و دریای عمان، مسیرهای حمل‌ونقل به شرق آفریقا را کوتاه‌تر و کم‌هزینه‌تر می‌کند،

- دوم، اشتراکات فرهنگی، مذهبی و تاریخی، بویژه در شمال آفریقا که سطح اعتماد اولیه و پذیرش همکاری را افزایش می‌دهد،
- سوم، ساختار اقتصادی مکمل؛ بسیاری از کشورهای این مناطق دارای منابع طبیعی غنی هستند، اما زنجیره ارزش صنعتی آن‌ها کامل نیست، درحالی‌که ایران تجربه صنعتی‌سازی، دانش فنی و نیروی انسانی متخصص دارد.
- چهارم، جایگاه این کشورها در بلوک‌ها و نهادهای منطقه‌ای و جهانی؛ مانند اتحادیه آفریقا، اوپک، بریکس، COMESA و IGAD که امکان همکاری‌های چندجانبه و فرا منطقه‌ای را فراهم می‌کند.

یک راهبرد موفق در آفریقا مستلزم تعریف یک بسته جامع همکاری است که حوزه‌های زیر را دربرگیرد:

۱. انرژی و پتروشیمی

آفریقا دارای ذخایر عظیم نفت و گاز است، اما در بسیاری از کشورها زیرساخت پالایش و پتروشیمی محدود بوده و زنجیره ارزش به‌طور کامل شکل نگرفته است. ایران تجربه ارزشمندی در طراحی، ساخت و بهره‌برداری از واحدهای پالایشی و پتروشیمی دارد و می‌تواند این تجربه را در قالب پروژه‌های مشترک منتقل کند.

۲. حمل‌ونقل و لجستیک

تجارت پایدار بدون لجستیک ممکن نیست. توسعه بنادر، راه‌آهن، شبکه‌های جاده‌ای و ناوگان حمل‌ونقل دریایی از نیازهای فوری بسیاری از کشورهای آفریقایی است؛ حوزه‌ای که شرکت‌های ایرانی در آن سابقه قابل‌توجهی دارند.

۳. صنعت و تولید

کشورهای شمال و شرق آفریقا به دنبال

توسعه صنایع غذایی، بسته‌بندی، صنایع سبک و متوسط و فناوری اطلاعات هستند. مدل سرمایه‌گذاری مشترک و انتقال فناوری می‌تواند زمینه‌ساز حضور پایدار ایران باشد.

۴. ساخت‌وساز و خدمات فنی-مهندسی

نیاز گسترده به بیمارستان، مسکن، مدارس و زیرساخت‌های شهری، فرصت بزرگی برای شرکت‌های ایرانی فعال در پروژه‌های EPC^۱ فراهم می‌کند.

دیپلماسی اقتصادی در آفریقا؛ تفاوت‌ها و الزامات

دیپلماسی اقتصادی در آفریقا با اروپا یا شرق آسیا تفاوت‌های بنیادین دارد. در شمال آفریقا، ساختارهای دولتی متمرکزتر و بروکراسی رسمی‌تر است و موفقیت مستلزم ارتباط مستقیم با دولت‌ها و هم‌راستایی با برنامه‌های توسعه ملی است. در شرق آفریقا، ساختارها انعطاف‌پذیرتر اما وابسته به نهادهای منطقه‌ای و بین‌المللی هستند.

متأسفانه ایران هنوز فاقد یک دکترین روشن دیپلماسی اقتصادی در آفریقا است. روابط سیاسی به پروژه‌های اقتصادی پایدار تبدیل نشده و این‌خلاء، مزیت رقابتی ایران را تضعیف کرده است.

مقایسه دیپلماسی اقتصادی ورود به قاره

آفریقا توسط کشورهای چین، هند و ترکیه در حوزه دارو و سلامت

- ترکیه؛ سالانه بیش از یک میلیارد دلار صادرات دارو، تجهیزات پزشکی و خدمات سلامت به آفریقا دارد. ترکیه بویژه در شمال آفریقا، بیمارستان، کلینیک و مراکز آموزشی سلامت راه‌اندازی کرده است.
- هند؛ یکی از بزرگ‌ترین تأمین‌کنندگان

• تأکید بر خدمات فنی-مهندسی، ساخت‌وساز و سلامت.

این کشور دیپلماسی اقتصادی را به‌طور کامل در خدمت صادرات و نفوذ اقتصادی قرار داده است.

دستی برای ایران

ایران نیازمند تعریف یک راهبرد رسمی دیپلماسی اقتصادی آفریقا، تمرکز بر مزیت‌های واقعی (سلامت، انرژی، صنعت و خدمات فنی)، حمایت هدفمند از بخش خصوصی و نگاه بلندمدت به جای پروژه‌های مقطعی است.

• آموزش نیروی انسانی،

• فناوری اطلاعات،

• مشارکت بخش خصوصی.

هندی‌ها از شبکه مهاجران، زبان مشترک تجاری و مدل کم‌هزینه حضور استفاده می‌کنند.

- ترکیه؛ دیپلماسی ترکیبی دولت-بخش خصوصی

ترکیه مدل متعادلی دارد:

• حضور فعال دولت با حمایت از بخش خصوصی،

• حمایت مالی و دیپلماتیک،

• میدان دادن به بخش خصوصی،

داروی ژنریک در آفریقا است. تخمین زده می‌شود بیش از ۲۰ درصد داروهای مصرفی شرق آفریقا منشأ هندی داشته باشند. • چین؛ علاوه بر صادرات تجهیزات پزشکی، به‌صورت گسترده در ساخت بیمارستان، تأمین تجهیزات و آموزش نیروی انسانی فعال است، در مقابل، سهم ایران در صادرات دارو و تجهیزات پزشکی به کل آفریقا کمتر از ۱۰۰ میلیون دلار است؛ رقمی که در برابر رقبای بسیار ناچیز محسوب می‌شود.

در سایر حوزه‌ها:

• چین؛ حجم تجارت سالانه‌ای بیش از ۲۵۰ میلیارد دلار با آفریقا دارد و در پروژه‌های زیرساختی، انرژی، معدن و حمل‌ونقل حضور غالب دارد.

• ترکیه؛ حجم تجارت خود با آفریقا را به بیش از ۴۰ میلیارد دلار رسانده و بیش از ۴۰ سفارت فعال اقتصادی در این قاره دارد، هند؛ نیز با تمرکز بر فناوری اطلاعات، دارو، کشاورزی و آموزش، تجارت خود را به بیش از ۹۰ میلیارد دلار رسانده است.

در مقابل، ایران هنوز در مرحله تجارت محدود و پروژه‌های پراکنده باقی‌مانده است.

رویکرد، ابزارها و سبک دیپلماسی اقتصادی

کشورهای چین، هند و ترکیه در آفریقا

هر یک از این کشورها، مدل خاص خود را در رویکرد، ابزارها و سبک دیپلماسی اقتصادی دارند:

- چین؛ دیپلماسی زیرساخت و دولت‌محور

چین با یک رویکرد کاملاً برنامه‌ریزی شده وارد آفریقا شده است:

• سرمایه‌گذاری‌های عظیم دولتی،

• پروژه‌های زیرساختی بلندمدت،

• تأمین مالی از طریق بانک‌های دولتی،

• پیوند اقتصاد با سیاست.

چین کمتر به سود کوتاه‌مدت فکر می‌کند و بیشتر به نفوذ بلندمدت اقتصادی و ژئوپلیتیک می‌اندیشد.

- هند؛ دیپلماسی دارو، آموزش و بخش خصوصی

هند تمرکز خود را بر موارد ذیل گذاشته است:

• داروهای ارزان‌قیمت،





آفریقا فرصت بعدی اقتصاد ایران است و سلامت، هوشمندانه‌ترین نقطه شروع است، اما موفقیت پایدار در گرو ورود هم‌زمان به انرژی، صنعت، لجستیک و ساخت‌وساز است؛ ایران هنوز فرصت دارد، اما این فرصت نامحدود نیست. اگر امروز با برنامه، انسجام و نگاه بلندمدت وارد نشویم، فردا بازار را به رقبایی واگذار خواهیم کرد که با آمادگی کامل آمده‌اند.

بدون این عناصر، رقابت با بازیگران بزرگی مانند چین، هند و ترکیه ممکن نخواهد بود. مهم‌ترین مانع، نبود یک دیپلماسی اقتصادی منسجم و بلندمدت است. هنوز نگاه ما در بسیاری موارد پروژه‌ای و کوتاه‌مدت است. در حالی که رقبای ما، بویژه چین با برنامه‌های ۲۰ تا ۳۰ ساله وارد آفریقا شده‌اند. علاوه بر این ضعف در تأمین مالی و فاینانس، محدودیت بیمه‌های صادراتی، ناهماهنگی بین دستگاه‌های اجرایی، از چالش‌های جدی هستند که باید به‌صورت ساختاری حل شوند.

نقش اتاق‌های مشترک بازرگانی در توسعه دیپلماسی اقتصادی

اتاق‌های مشترک نقش پل ارتباطی بین دولت، بخش خصوصی و بازار کشور هدف را ایفا می‌کنند و هدف اتاق مشترک، توسعه تبادلات تجاری و اقتصادی می‌باشد. اگر بخواهیم با ادبیات دقیق اقتصادی صحبت کنیم، اتاق‌های مشترک بازرگانی دقیقاً در نقطه تلاقی اقتصاد، سیاست و بازار قرار دارند و یکی از اصلی‌ترین بازیگران Commercial Diplomacy یا دیپلماسی تجاری محسوب می‌شوند. برخلاف سفارتخانه‌ها که ذاتاً سیاسی هستند و برخلاف شرکت‌ها که منافع بنگاهی دارند، اتاق‌های مشترک نقش نهاد واسط حرفه‌ای را ایفا می‌کنند؛ نهادی که زبان دولت‌ها را می‌فهمد و هم‌زمان منطق بازار را می‌شناسد. در روایت اقتصادی جدید، اتاق‌های مشترک، دیگر صرفاً محل صدور کارت عضویت یا برگزاری نشست‌های تشریفاتی نیستند، بلکه به مرکز توسعه شبکه معتمد بازرگانی و اقتصادی و ایجاد مسیر تجاری تبدیل شده‌اند. دیپلماسی تجاری زمانی معنا پیدا می‌کند که به اقدام عملی منجر شود.

اتاق‌های مشترک این کار را از چند مسیر انجام می‌دهند:

۱. پیش مذاکره و آماده‌سازی بازار

اتاق مشترک پیش از اعزام هیئت‌ها؛
• فرصت‌ها را شناسایی می‌کند،
• ذی‌نفعان دولتی و خصوصی کشور مقصد را می‌شناسد،
• موانع حقوقی و رگولاتوری را بررسی می‌کند.
به این ترتیب، هیئت‌های تجاری وارد مذاکره‌ای «خام» نمی‌شوند.

۲. کاهش ریسک ورود برای بخش خصوصی

برای بسیاری از شرکت‌ها، آفریقا ناشناخته و پرریسک به نظر می‌رسد. اتاق مشترک با:
• ارائه اطلاعات معتبر،
• معرفی شرکای محلی،
• تسهیل ارتباط با نهادهای دولتی،
ریسک ادراک شده را کاهش می‌دهد.

۳. تبدیل دیپلماسی سیاسی به پروژه اقتصادی

اتاق‌های مشترک می‌توانند توافقات سیاسی و تفاهم‌نامه‌ها را به پروژه‌های سرمایه‌گذاری، قراردادهای صادراتی و همکاری‌های صنعتی تبدیل کنند؛ کاری که معمولاً از عهده ساختارهای صرفاً دولتی بر نمی‌آید. در این خصوص اتاق‌های مشترک در کشورهایی مانند ترکیه، چین و هند، نقش‌های زیر را ایفا می‌کند:

• ترکیه اتاق‌های مشترک را بازوی اجرایی سیاست صادراتی خود می‌داند و آن‌ها را به‌طور مستقیم به وزارت تجارت و بانک‌های توسعه‌ای متصل کرده است،
• چین اتاق‌ها را در چارچوب دیپلماسی کلان دولت تعریف می‌کند و از آن‌ها برای آماده‌سازی پروژه‌های زیرساختی استفاده می‌کند،

• هند از اتاق‌ها به‌عنوان شبکه ساز بخش خصوصی و تسهیلگر صادرات خدمات بهره می‌برد. در ایران، متأسفانه اتاق‌های مشترک هنوز از اختیارات کافی برخوردار نیستند، دسترسی مؤثر به منابع مالی ندارند و جایگاهشان در تصمیم‌سازی کلان اقتصادی به رسمیت شناخته نشده است؛ این در حالی است که بدون تقویت اتاق‌های مشترک، دیپلماسی اقتصادی عملاً ابتر خواهد ماند.

نقش ایده‌آل اتاق‌های مشترک در روایت اقتصادی ایران در آفریقا

نقش ایده‌آل اتاق‌های مشترک، ایفای سه مأموریت هم‌زمان است:

۱. **راوی اقتصادی ایران؛** شکل‌دهی به تصویر ایران به‌عنوان شریک قابل اعتماد، فناور محور و بلندمدت،
۲. **معمار مسیر ورود تجاری؛** طراحی نقشه راه ورود شرکت‌ها، از سلامت تا انرژی و صنعت،
۳. **تبدیل‌کننده سیاست به تجارت؛** ترجمه روابط سیاسی به پروژه‌های واقعی اقتصادی. اگر این سه نقش به رسمیت شناخته شود، اتاق‌های مشترک می‌توانند به ستون فقرات Commercial Diplomacy ایران در آفریقا تبدیل شوند.

جمع‌بندی راهبردی

آفریقا فرصت بعدی اقتصاد ایران است و سلامت، هوشمندانه‌ترین نقطه شروع است، اما موفقیت پایدار در گرو ورود هم‌زمان به انرژی، صنعت، لجستیک و ساخت‌وساز است؛ ایران هنوز فرصت دارد، اما این فرصت نامحدود نیست. اگر امروز با برنامه، انسجام و نگاه بلندمدت وارد نشویم، فردا بازار را به رقبایی واگذار خواهیم کرد که با آمادگی کامل آمده‌اند. III